



КАК РАССЧИТАТЬ И УВЕЛИЧИТЬ ВОЗВРАТ ВЛОЖЕНИЙ (ROI) ВАШИХ ГРУППОВЫХ ОБСУЖДЕНИЙ



Кимберли Бейн
Сертифицированный фасилитатор IAF
медиатор, лектор, автор книг

kimberly@baingroup.ca

ЧТО ТАКОЕ ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Прибыль} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \quad \text{или} \quad \frac{\text{Возврат}}{\text{Вложения}}$$
The diagram illustrates the ROI formula using visual elements. On the left, the text 'ROI =' is followed by a horizontal grey line. Above this line, a blue circle contains the word 'Прибыль' (Profit) and an orange circle contains 'Затраты' (Expenses), with a small grey dash between them. Below the line, another orange circle contains 'Затраты'. To the right of this first fraction is the word 'или' (or), followed by another horizontal grey line. Above this second line is the word 'Возврат' (Return) and below it is 'Вложения' (Investment).



ОПРЕДЕЛИМСЯ С ВЛОЖЕНИЯМИ И ВОЗВРАТОМ

Вложения = прямые и косвенные
затраты

Возврат =



○ Правительство Багамских Островов



○ Международный аэропорт Гонконга



○ Департамент туризма Тайваня



○ Сайт
Survey Monkey

SurveyMonkey®

Home How It Works Examples* Survey Services* Plans & Pricing

Customer Feedback Survey Templates

Customer Satisfaction Templates Get You Started Fast

Even for a survey pro like yourself, starting with one of our free customer satisfaction survey templates cuts down on design time and may give you ideas for customer satisfaction survey questions you hadn't thought to ask (that's what we're here for!). SurveyMonkey paid plans include access to more than 100 methodologist-designed survey templates you can brand with your own look and feel and deploy quickly. Just open a free customer satisfaction survey template, add your own survey questions and graphics, and you'll be ready to send your survey in minutes. It's an easy and reliable way to eliminate poorly worded customer satisfaction survey questions, bias and other problems that can skew your results.

Check out these easy to use customer satisfaction survey templates:

Customer Satisfaction Survey

Use this short customer satisfaction survey template to accurately measure customer satisfaction with your company, product, and service. Use skip logic to allow your customers to answer questions

An illustration of three stylized human figures (two men and one woman) standing in a row. Each figure has a speech bubble above their head, indicating communication or feedback.

ТАК ПОЧЕМУ ЖЕ ЭТО ВАЖНО

***“Если это нельзя измерить –
этим нельзя управлять!”***



ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО ДЛЯ НАС?

- Опрос членов ассоциации организаторов финансовых и страховых конференций выявил, что в только лишь в этих отраслях более 2.6 миллиардов долларов тратится ежегодно на совещания и конференции.
- Мировое исследование, проведенное Microsoft, показало что руководители в среднем оценивают до трети своей рабочей недели как **непродуктивное** время из-за неэффективных совещаний.
- Исследование, проведенное сайтом Salary.com показало, что 47% наемных работников называют совещания **лидером по пустой трате времени**.
- Но экономические расчеты – только одна сторона медали.....



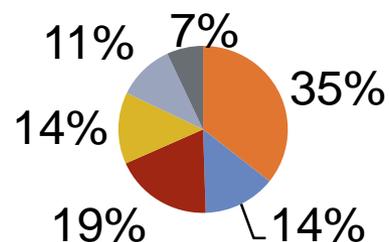
ЗАТРАТЫ И ВЫГОДЫ ОТ СОВЕЩАНИЙ

- Совещания стоят организациям миллионы долларов каждый год, но какова отдача от этих вложенных средств?
- Средний менеджер тратит 65% своего время на ведение или участие в совещаниях.

“Пришла пора рассматривать совещания как вложения, а не расходы.”

Время среднего менеджера

- Работа, не совещания
- Подготовка к совещ.
- Присутствие на формальных свщ.
- Ведение формальных свщ.
- Невормальные 1-на-1 свщ.
- Неформальные групповые свщ.



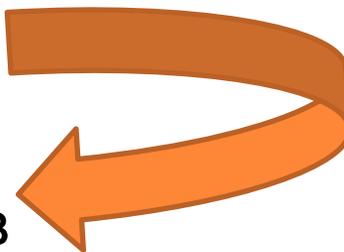
По выводам исследования iFacile 2012, Великобритания.



МЫ ИЗМЕРЯЕМ ЧТОБЫ УПРАВЛЯТЬ

Измеряем  Управляем

Лучше соответствуем запросам клиентов



- Поэтому просто подсчитывать недостаточно, нужно подсчитывать что действительно значимо!



- Мы не только хотим лучше управлять нашими встречами и конференциями
- Мы не только хотим удовлетворить потребности наших клиентов

Скрытые мотивы

- Мы хотим доказать клиентам, что огромные средства, вложенные в совещания и сессии, приносят им значительные прибыли
- Нам нужно показать, что те конференции и обсуждения, которые мы фасилитируем, стоят этих вложений!



И ИССЛЕДОВАНИЯ ПОДТВЕРЖДАЮТ....

- Оценивая успешность совещания или сессии мы чаще подсчитываем степень удовлетворенности заказчика и участника....

НО



- Сколько из вас здесь думают, что причина зачем индустрия тратит миллиарды долларов / евро / рублей в год на мероприятия в том, чтобы участники получили удовлетворение от места проведения, еды и докладчиков?



ЧТО ЖЕ НАМ НАДО СЧИТАТЬ....

- Ну, в этом и вопрос.
- Нам надо понять, каковы настоящие цели наших клиентов.

Почему они вкладываются в это мероприятие?

НАЧНИТЕ С ЗАЧЕМ



НАЧНИТЕ С ЗАЧЕМ....

В чем для вас цель этого обсуждения?



Фасилитатор



Клиент

Я хочу чтобы состоялось хорошее интенсивное обсуждение с динамичными выступлениями, было много включенности и энергии, люди хорошо провели время и много узнали.



Фасилитатор

Да, это объясняет какого типа обсуждение вы хотите организовать, но я так и знаю в чем ваши цели? Я до сих пор не понимаю этого самого «зачем»!



ПРАВИЛО КИМБЕРЛИ «ПЯТЬ ПЛЮС»



- вспомните, когда вы были ребенком и спрашивали

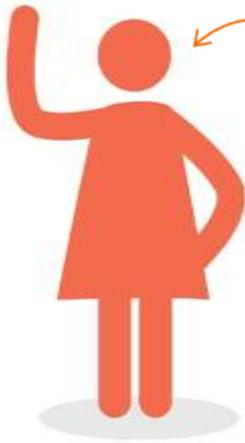
НО ЗАЧЕМ?

- Понадобится в среднем пять вопросов чтобы добраться до сути.



НО ЗАЧЕМ, УМНОЖЕННОЕ НА

5 +



Клиент

Я хочу чтобы состоялось хорошее интенсивное обсуждение с динамичными выступлениями, было много включенности и энергии, люди хорошо провели время и много узнали.

В – Зачем вы хотите много включенности ?

О – Ну, я хочу чтобы люди ощутили причастность

В – Зачем вы хотите чтобы люди ощутили причастность?

О – Ну, люди должны знать что их мнение много значит.

В – Зачем нужно подчеркивать значимость их мнения и зачем им нужно это знать?

О – Ну, если они не вложатся в разработку новых систем, они не будут в них верить и не будут привержены их использовать



МОМЕНТ ОСОЗНАНИЯ КОТОРЫЙ ПРИВОДИТ К СРЕДСТВАМ



Фасилитатор

То есть правильно я понимаю, что ЦЕЛЬ этого обсуждения — чтобы сотрудники получили вводную информацию и приобрели уверенность в новой системе, чтобы каждый был на борту в момент когда систему введут в строй?

Готовы ли вы позволить нам оценить понимание участниками новой системы перед мероприятием и после него, чтобы определить эффективность достижения этой цели?

И будет ли вам полезно если мы еще и оценим степень удовлетворенности и доверия сотрудников после мероприятия?

И наконец, есть ли способ измерить успех запуска новой системы чтобы определить ROI этого мероприятия?



И ПОВТОРЯЕМ ЭТО ДЛЯ КАЖДОЙ ЗАДАЧИ



Клиент

Я хочу чтобы состоялось хорошее интенсивное обсуждение с динамичными выступлениями, было много включенности и энергии, люди хорошо провели время и много узнали.

Продельываем тот же процесс для каждой из задач.

Теперь у нас есть набор средств, и наш следующий шаг — определить, каким образом мы будем собирать эту информацию, анализировать ее и преподносить ее клиенту в подходящем для него виде.



КАК ТОЛЬКО ВЫ ПОНИМАЕТЕ ЗАЧЕМ...

- После того, как вы понимаете, зачем ваш клиент готов вкладываться в это обсуждение, вы можете определить, что вам нужно подсчитать, чтобы рассчитать ROI.

CLV - совокупная
прибыль от одного
клиента за все время

Альтернативная
стоимость

ELV – совокупная прибыль в
пересчете на одного
работника

Затраты – прямые и косвенные

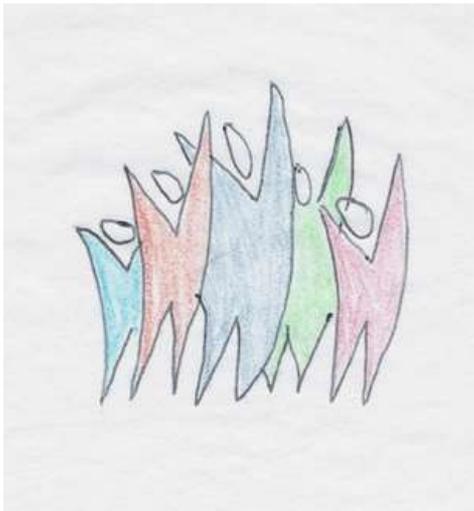
Принятие изменений

IT внедрение
Прямые продажи продукции



ТЕПЕРЬ ВАША ОЧЕРЕДЬ ДЕЛИТЬСЯ ИДЕЯМИ

Потому что каждый хороший
фасилитатор знает:


$$1 + 1 + 1 \neq 3$$

$$1 + 1 + 1 = \infty$$



УПРАЖНЕНИЕ – МАТРИЦА ИНТЕРВЬЮ

- Возьмите свой листок и найдите номер в правом углу
- Вам нужно будет задать свой вопрос
- Это не дискуссия, а интервью!
- Запишите на листке ответы
- Вам нужно задать свой вопрос 3 другим и ответить в свой черед на 3 чужих вопроса.
- На каждый вопрос у вас всего по 4 минуты, так что слушайте внимательно



Kimberly Bain

www.baingroup.ca



ТЕПЕРЬ ВАШ ЧЕРЕД

- В 1** Какие средства, по вашему мнению, нужно использовать для расчета ROI своих обсуждений и сессий?
- В 2** Как мы можем собрать оценочные данные во время и после мероприятий, чтобы они были эффективны и существуют ли технологии, которые могли бы помочь нам с этим?
- В 3** Учитывая все, что мы узнали от Кимберли, как вы думаете, как мы могли бы этому следовать и как собирать данные о возврате вложений после мероприятия? (т.е. принятие сотрудниками и внедрение новой системы)
- В 4** Как наилучшим образом представить данные ROI клиенту, и поделиться успешным опытом с коллегами?



ПОРЯДОК ИНТЕРВЬЮ

1 спрашивает 2 и 4 спрашивает 3

1 спрашивает 3 и 4 спрашивает 2

1 спрашивает 4 и 2 спрашивает 3

3 спрашивает 1 и 2 спрашивает 4

2 спрашивает 1 и 3 спрашивает 4

4 спрашивает 1 и 3 спрашивает 2



ГРУППОВОЕ ОБСУЖДЕНИЕ

- Соберитесь в группы по номеру
- Разделитесь на три приблизительно равные части
- Обсудите, что вы услышали и свои собственные ответы на вопросы. (10 минут)
- Объединитесь обратно в одну группу и поделитесь своими мыслями / идеями. (15 минут)
- Выберите одного из вашей группы, кто запишет идеи группы на флипчарте
- Ваш представитель должен будет сжато изложить ваши коллективные идеи всем нам (не больше 5 минут на каждую группу).



КАК ТОЛЬКО ВЫ ПОНИМАЕТЕ ЗАЧЕМ...

- После того, как вы понимаете, зачем ваш клиент готов вкладываться в это обсуждение, вы можете определить, что вам нужно подсчитать, чтобы рассчитать ROI.

CLV - совокупная
прибыль от одного
клиента за все время

Альтернативная
стоимость

ELV – совокупная прибыль в
пересчете на одного
работника

Затраты – прямые и косвенные

Принятие изменений

IT внедрение
Прямые продажи продукции



ИЗМЕРЕНИЕ ROI

- После того, как вы понимаете, зачем ваш клиент готов вкладываться в это обсуждение, вы можете определить, что вам нужно подсчитать, чтобы рассчитать ROI.
- Часто посчитать вложения просто (дорога, зал, обеспечение и пр.)
- Но посчитать ценность возврата бывает сложнее.

CLV – customer lifetime value

Change Acceptance

ELV – employee lifetime value

Direct Sales or Production #s

IT Adoption



ЧТО ЖЕ У НАС В ИТОГЕ?



- Мы здесь сегодня услышали несколько отличных идей.
- Обсуждение и обмен идеями надо продолжать.
- Пожалуйста делитесь со мной своими идеями, успешным опытом, кейсами. Я буду продолжать исследования в этой области и делиться с вами тем, что мне удастся найти..

С БЛАГОДАРНОСТЬЮ

Kimberly Bain

kimberly@baingroup.ca



@baingroup

